



PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP PARIWISATA BUDAYA

Studi Kasus Keraton Yogyakarta

¹Yudha Prascastino Heston, M.Sc.

Abstrak: Keraton Yogyakarta merupakan miniatur perkembangan aktivitas pariwisata berbasis budaya di Yogyakarta. Bentuk arsitektur dan peninggalan sejarah dan budaya Jawa merupakan unsur pembentuk preferensi wisatawan. Tingkat preferensi wisatawan yang merupakan bentuk kepuasan dan ketidakpuasan, menjadi hal krusial di Keraton Yogyakarta. Dalam hal ini, konteks preferensi wisatawan harus didukung dengan ketersediaan atraksi hidup, aktivitas sosial, dan perilaku, serta kognisi dan emosi. **Kata Kunci:** preferensi, pariwisata budaya.

***Abstrack:** Yogyakarta Palace is a miniature of tourism development based on culture orientation in Yogyakarta. The shapes of architecture's style and its historical and cultural legacies of Java would be an ininitial part on shaping the tourist's preference. The level degree of tourist's preference is kind of manifestation by the satisfaction and disastifaction. On this context, it should support by living attraction, social activities and behavior, cognition and emotion. **Keywords:** preferences, cultural tourism.*

PENDAHULUAN

Keraton Yogyakarta pada dasarnya telah berkembang menjadi daya tarik wisata bagi para wisatawan yang berkunjung ke Kota Yogyakarta. Fungsi keraton telah menjadi salah satu unsur pembentuk citra positif dan mendalam kepada Kota Yogyakarta sebagai kota budaya. Melalui nilai-nilai budaya serta gaya arsitekturnya, wisatawan mendapatkan inspirasi dan pengalaman baru saat berkunjung ke Kota Yogyakarta. Tentunya, implikasi logis secara ekonomi akan membawa keuntungan bagi masyarakat dan pemerintah daerah dan para pengelola Keraton Yogyakarta (Heryanto, 2006).

¹Peneliti pada Puslit Sosial dan Ekonomi dan Peran Serta Masyarakat, Balitbang PU, Jakarta.

Eksistensi Keraton Yogyakarta pada dasarnya tidak terlepas dari struktur kota, terutama pada saat awal terbentuknya Kota Yogyakarta. Nilai lebih tersebut tetap berkembang dan mempunyai kedudukan strategis dalam perkembangan pariwisata di Kota Yogyakarta. Tentunya relevansi perkembangan wisatawan pada saat berkunjung ke Kota Yogyakarta, tidak terlepas dari konteks motivasi budaya (Baparda DIY, 2005). Hubungan sinergis antara motivasi budaya dari para wisatawan dengan nilai budaya Keraton Yogyakarta berkembang secara positif, yaitu dengan menjadikan wisata budaya sebagai domain perkembangan aktivitas pariwisata di Kota Yogyakarta.

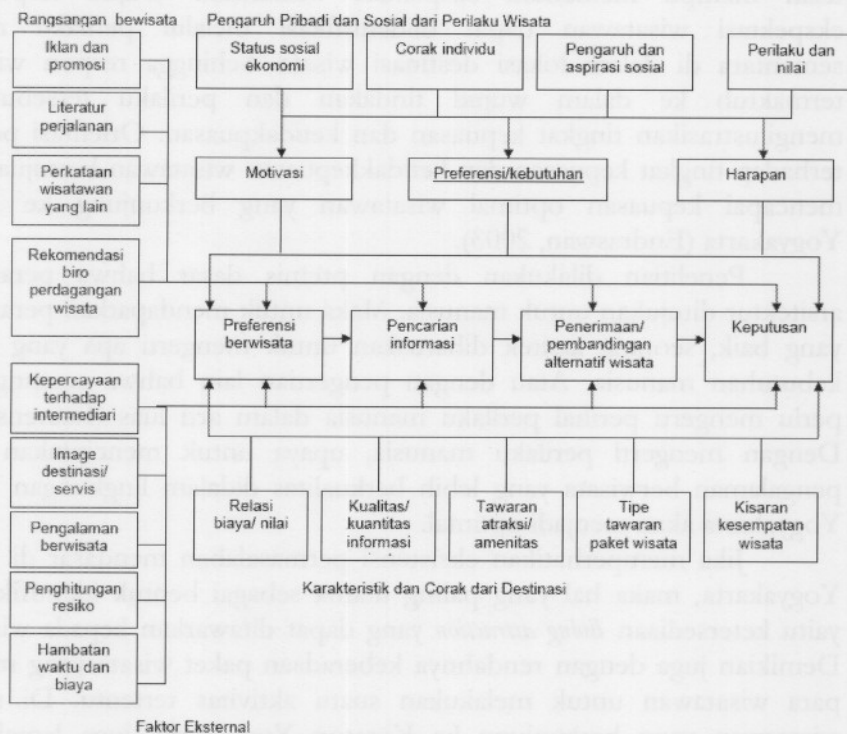
Dengan pengertian bahwa nilai budaya dari Keraton Yogyakarta telah mampu memenuhi ekspektasi wisatawan. Wujud terpenuhinya ekspektasi wisatawan dapat diidentifikasi melalui perilaku meruang sementara di dalam lokasi destinasi wisata. Sehingga respon wisatawan termaktub ke dalam wujud tindakan dan perilaku tersebut, yang mengilustrasikan tingkat kepuasan dan ketidakpuasan. Orientasi penelitian terhadap tingkat kepuasan dan ketidakpuasan wisatawan bertujuan untuk mencapai kepuasan optimal wisatawan yang berkunjung ke Keraton Yogyakarta (Endraswan, 2003).

Penelitian dilakukan dengan premis dasar bahwa perancangan arsitektur ditujukan untuk manusia. Maka untuk mendapatkan perancangan yang baik, seorang arsitek diharuskan untuk mengerti apa yang menjadi kebutuhan manusia. Atau dengan pengertian lain bahwa seorang arsitek perlu mengerti perihal perilaku manusia dalam arti luas (Laurens, 2004). Dengan mengerti perilaku manusia, upaya untuk menciptakan sebuah pengalaman berwisata yang lebih berkualitas didalam lingkungan Keraton Yogyakarta akan menjadi optimal.

Jika memperhatikan eksistensi permasalahan mendasar di Keraton Yogyakarta, maka hal yang paling utama sebagai bentuk identifikasi awal yaitu ketersediaan *living attraction* yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Demikian juga dengan rendahnya keberadaan paket wisata yang menuntut para wisatawan untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Di sisi lain, wisatawan yang berkunjung ke Keraton Yogyakarta, juga lemah dalam pemaknaan terhadap simbol-simbol yang sering ditemukan di dalam areal Keraton. Ketiadaan sistem alur wisatawan di dalam Keraton, menjadi salah satu penyebab kegagalan dalam optimalisasi potensi atraksi wisata yang ada. Perhatian wisatawan menjadi terpusat pada sisi bagian tertentu dalam Keraton, meskipun *spot-spot* menarik sangat banyak ditemukan didalam Keraton. Sedangkan aspek yang memperlemah posisi Keraton Yogyakarta adalah sudah tidak lagi menjadi pusat pemerintahan. Efek negatif tentunya akan membentuk degradasi wibawa keraton sebagai pusat pemerintahan pada masa penjajahan Belanda.

Identifikasi berbagai kelemahan, akan memberikan pemahaman terhadap ruang sebagai pusat aktivitas manusia yang kaya akan pemaknaan tertentu. Dalam pencarian kebenaran preferensi wisatawan terhadap pariwisata budaya arsitektur Keraton Yogyakarta, hal yang perlu untuk diperhatikan adalah mengenai aspek perilaku manusia yang disebabkan oleh preferensi yang mendominasi munculnya perilaku. Khususnya pada saat manusia berinteraksi dengan ruang dan benda di lokasi, manusia yang lain serta potensi sosial budaya.

Sehingga jika dilihat dari pengertian preferensi merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan untuk berwisata (Dharmmesta, 1997). Berikut ini hubungan preferensi dan faktor yang saling mempengaruhi:



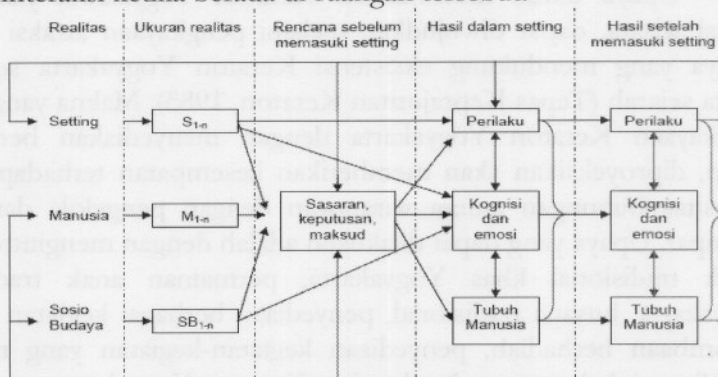
Gambar 1. Hubungan Preferensi Faktor yang Saling Mempengaruhi

Model gambar di atas, terbagi kedalam empat bidang yang menjadi pengaruh dalam pengambilan keputusan berwisata, yaitu rangsangan berwisata, pengaruh pribadi dan sosial dari perilaku wisata, faktor eksternal dan karakteristik serta corak dari destinasi. Jika dilihat dari aspek sosiologis, Pitana (2005) menyebutkan beberapa hal yang berkaitan dengan pariwisata, termasuk di dalamnya adalah salah satu ciri-ciri sosiologis pariwisata (Rapoport, 1990) yang terkait dengan aktivitas pariwisata di Keraton Yogyakarta, yaitu: destinasi wisata yang dikunjungi dipilih berdasarkan

khayalan atau citra destinasi yang bersangkutan serta peranan simbol sangat besar dalam keberhasilan suatu destinasi.

Sedangkan dalam konteks motivasi, McIntosh (1977), Murphy (1985) dan Sharpley (1994) mengemukakan salah satu aspek penting dalam pariwisata budaya, yaitu motivasi budaya yang bertujuan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain termasuk ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya (Cooper, 2005). Aktivitas pariwisata di Keraton Yogyakarta juga membawa manfaat bagi wisatawan, sesuai dengan yang telah dirumuskan oleh Krippendorff (1997: 39-42) dan Ryan (1991), yaitu perjalanan wisata merupakan wahana untuk mengembangkan wawasan atau pengetahuan (Pitana, 2005). Tentunya keberadaan Keraton Yogyakarta tidak terlepas dari aspek pendidikan bagi para wisatawan, baik dalam konteks sejarah maupun pemaknaan terhadap berbagai simbol-simbol budaya. Dalam konteks motivasi untuk menambah wawasan dan pengetahuan, keberadaan objek wisata Keraton Yogyakarta akan dihadapkan pada tiga hal utama, yaitu lebih baik dari yang diharapkan, sesuai dengan yang diharapkan dan lebih buruk dari yang diharapkan.

Dalam memaknai manusia dan perilaku, sesuai dengan apa yang disinggung diatas bahwa terjadi adanya perbedaan terhadap perancangan yang umumnya lebih menekankan pentingnya penataan aktifitas, sedangkan pemakai lebih mempertimbangkan siapa saja orang yang memakai fasilitas itu (Hester dalam Laurens, 2004). Jika melihat dari objek wisata Keraton Yogyakarta, maka dapat ditemukan bahwa perancang dalam hal ini adalah penguasa atau raja, yang lebih memperhatikan kebutuhan. Sedangkan pemakai adalah raja sendiri, pegawai, keluarga raja serta orang biasa yang dapat mengakses ke ruang-ruang dalam Keraton. Sehingga ruang-ruang yang terdapat didalam Keraton akan lebih memperhatikan dengan siapa ia akan berinteraksi ketika berada di ruangan tersebut.



Gambar 2. Hubungan Integratif Manusia dengan Lingkungan

Interaksi manusia yang menghasilkan persepsi dan preferensi yang kemudian berinteraksi dengan *setting* secara skematis, tampak dalam

hubungan integratif manusia dengan lingkungan (Laurens, 2004). Dalam konteks keruangan, bentuk arsitektur pada dasarnya dipengaruhi oleh persepsi dan imajinasi dari manusia (Laurens, 2004). Sehingga yang dimaksud dengan ruangan dalam Keraton Yogyakarta berarti ruang antara Keraton dan lingkungan luarnya dan ruang di dalam lingkungan Keraton itu sendiri (Robbins, 1999).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Penalaran Operasional dan Dialitik. Upaya yang dilakukan adalah dengan mendialogkan aspek perilaku, preferensi, budaya, arsitektur dan tata ruang serta sosiologi pariwisata, ke dalam konteks wisatawan di Keraton Yogyakarta (Endraswan, 1997). Tujuannya tidak terlepas dari upaya untuk menemukan preferensi dan penghargaan wisatawan terhadap kekayaan budaya, arsitektur dan tata ruang Keraton Yogyakarta. Sehingga bentuk model kegiatan berwisata di Keraton dapat memenuhi ekspektasi wisatawan.

Hasil Penelitian

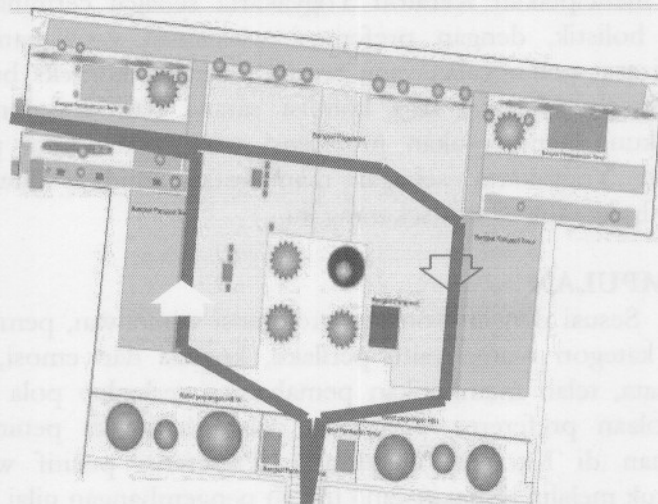
Sebagai bagian dari upaya untuk menemukan preferensi wisatawan, dapat diakomodasikan ke dalam pengembangan dan pengelolaan wisata Keraton Yogyakarta. Preferensi dalam hal ini sangat terkait dengan keinginan wisatawan menikmati suasana santai yang ada, bersosialisasi dengan teman seperjalanan dan orang lain (pemandu wisata setempat, pedagang, serta wisatawan lainnya), menikmati peran sebagai orang yang dilayani di sebuah rumah besar, menikmati kebebasan, menikmati kenangan, serta mendapatkan kepuasan dalam berwisata di dalam Keraton Yogyakarta (Heryanto, 2006).

Upaya untuk mewujudkan Keraton Yogyakarta yang kaya akan atraksi wisata, dapat diwujudkan melalui pengkayaan atraksi wisata hidup lainnya yang mendukung eksistensi Keraton Yogyakarta sebagai bagian wisata sejarah (Tepas Keprajuritan Keraton, 1983). Makna yang muncul dari pengkayaan Keraton Yogyakarta dengan menyediakan berbagai atraksi hidup, diproyeksikan akan memberikan kesempatan terhadap peningkatan intensitas hubungan antara wisatawan dengan pengelola dan masyarakat setempat. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengintroduksi sarana musik tradisional khas Yogyakarta, permainan anak tradisional khas Yogyakarta, busana tradisional, penyediaan berbagai kegiatan yang bersifat perlombaan berhadiah, penyediaan kegiatan-kegiatan yang memiliki nilai kemuliaan lokal, pengenalan kerabat Keraton Yogyakarta serta penyediaan kegiatan khusus untuk wisatawan.

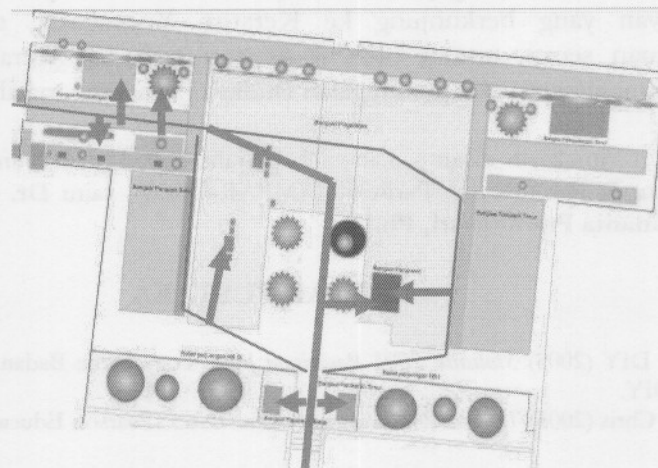
Pengkayaan Keraton Yogyakarta dengan berbagai atraksi hidup, akan membentuk kesan Keraton Yogyakarta sebagai museum hidup (*living*

museum). Selama ini Keraton Yogyakarta masih dipandang lemah di dalam memunculkan simbol-simbol bagian kehidupan di masa lampau dalam bentuk visual (Baparda DIY, 2005). Penguatan visual simbol-simbol masa lampau akan berfungsi membentuk efek balik Keraton Yogyakarta, sebagai bagian sejarah dan budaya yang masih terjaga keberadaannya dengan baik.

Preferensi positif wisatawan juga dapat terbentuk melalui pendesainan berbagai atraksi budaya dan arsitektur di Keraton Yogyakarta. Dalam konteks ini, unsur penting pembentuk preferensi wisatawan terletak pada penataan pemandu wisata, tanaman dan hewan, tempat-tempat istirahat (transisi), penataan dan pengembangan jalur wisata serta informasi lain yang terkait dengan aktivitas pariwisata di Keraton Yogyakarta, seperti jadwal even-even budaya di Keraton Yogyakarta.



Gambar 3. Jalur Sirkulasi Primer Wisatawan



Gambar 4. Jalur Sirkulasi Sekunder Wisatawan Preferensi Wisata Budaya | Yudha Prascastino Heston

Dalam konteks keberadaan taman yang asri di dalam Keraton Yogyakarta, juga berfungsi membentuk unsur kerindangan dan kesejukan bagi para wisatawan yang berkunjung. Meskipun dalam hal ini implementasi taman yang asri masih belum terpola ke dalam bentuk penataan yang baik. Introduksi bahasa Jawa bagi wisatawan yang mencerminkan Kota Yogyakarta sebagai kota yang kental dengan unsur budaya Jawa juga masih lemah. Meskipun dalam konteks cara mencerminkan gaya dan jenis pakaian tradisional Jawa (Tepas Keprajuritan Keraton Yogyakarta, 1983).

Sehingga dalam konteks holistik, sebagai kota tempat berkembangnya budaya Jawa yang tercermin kedalam motto pariwisata Yogyakarta yaitu *The Cradle of Javanese Culture*, pengelolaan Keraton Yogyakarta masih sangat lemah. Mengingat masih terjadi *gap* antara upaya untuk menciptakan Keraton Yogyakarta sebagai cerminan budaya Jawa secara holistik, dengan preferensi wisatawan yang hanya memandang sebagai aset peninggalan yang terpisah dengan konteks budaya. Implikasi logis tersebut berasal dari kondisi sarana dan prasarana yang kurang mendukung pembentukan preferensi wisatawan secara positif terhadap Keraton Yogyakarta sebagai manifestasi Budaya Jawa yang masih berkembang sampai saat sekarang ini.

KESIMPULAN

Sesuai dengan konteks preferensi wisatawan, pembagian terhadap ketiga kategori utama yaitu perilaku, kognisi dan emosi, serta sosiologi pariwisata, telah memberikan pemahaman terhadap pola identifikasi dan pengelolaan preferensi wisatawan dalam kerangka peningkatan kualitas pelayanan di Keraton Yogyakarta. Preferensi positif wisatawan dapat terbentuk melalui kegiatan yang terkait pengembangan nilai kemuliaan lokal, dengan memposisikan wisatawan aktif di dalamnya.

Preferensi yang positif berupa semakin baiknya tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Keraton Yogyakarta, mengindikasikan pengakuan secara umum oleh wisatawan terhadap Keraton Yogyakarta sebagai manifestasi sisa peninggalan Budaya Jawa yang masih hidup.

Ucapan Terimakasih disampaikan oleh penulis kepada Staf Pengajar di Magister Arsitektur & Perencanaan Pariwisata (MPAR-UGM), yaitu **Dr. Ir. Arya Ronald** dan **Diananta Pramitasari, Ph.D.**

DAFTAR PUSTAKA

- Baparda DIY (2005) *Statistik 2005 Pariwisata Jogja*. Yogyakarta: Badan Pariwisata Daerah DIY.
- Cooper, Chris (2005) *Tourism Principles and Practice*. Essex: Pearson Education Limited.

- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, T. Hani (1997) *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Endraswan, Suwardi (2003) *Metodologi Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Heryanto, Fredy (2006) *Mengenal Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat*. Yogyakarta: Warna Grafika.
- Laurens, Joyce M. (2004) *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. Jakarta: Grasindo.
- Rapoport, Amos (1990) *System of Activities and System of Settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pitana, I Gde & Gayatri, Putu G. (2005) *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Robbins, Stephen & Oulter, Robbins (1999) *Manajemen*. New Jersey: Prentice Hall, Inc Englewood Cliffs.
- Tepas Keprajuritn Karaton Yogyakarta (1983) *Keterangan Tentang Museum Pagelaran dan Siti Hinggil Karaton Yogyakarta*. Yogyakarta